

Boletín Mensual de Precios al Consumo de Cítricos en Andalucía: ABRIL de 2009

Notas metodológicas	1
I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos	2
II. Análisis del consumo en Andalucía	12

Notas metodológicas

Los precios medios al consumo presentados en este boletín, son extraídos de las consultas realizadas al Observatorio de Precios y Mercados de la página web de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. El precio medio al consumo se define como el precio final del producto, en un establecimiento determinado, e incluye el IVA (4%).

Esta información se obtiene a partir de un universo muestral de 1.494 hogares andaluces que declaran lo que consumen diariamente.

El importe final del producto dependerá de su recorrido en la cadena de distribución, del tipo de establecimiento en cuestión y del formato de venta que presenta. Los precios reflejados en el presente documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo.

Las dos variables que definen el precio al consumo son:

1. El formato de presentación. Distinguiéndose el producto a granel y envasado.
2. El establecimiento de venta. Diferenciándose dentro del canal de distribución tradicional, la tienda tradicional (fruterías, verdulerías, tiendas de alimentación y mercados de abastos); y dentro del canal moderno, los supermercados, hipermercados y supermercados de descuento. Además se diferencia un quinto tipo de establecimiento, otros canales, que engloba mercadillos, ventas a domicilio y ventas telemáticas.

En ambos casos, el precio se obtiene a partir del cálculo de la media ponderada de las partidas consumidas, es decir, utilizando una ponderación semanal del volumen.

Este boletín presenta dos bloques de análisis:

I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos en Andalucía, con el siguiente desglose por producto:

- Evolución semanal de los precios al consumo. Se analiza la variación semanal de las cotizaciones a lo largo del mes y se comparan, a su vez, con el precio medio mensual.

- Evolución mensual de los precios al consumo a lo largo de la campaña. Se analiza la marcha de las cotizaciones durante la campaña vigente y se compara con las campañas precedentes.
- Comparativa del precio medio mensual al consumo en formatos granel y envasado. Se representan los precios medios y volúmenes consumidos del producto en ambos formatos durante el mes.
- Comparativa del precio medio mensual al consumo en los distintos canales de comercialización. Se representan los precios medios y volúmenes consumidos del producto en hipermercados, supermercados, supermercados de descuento, tiendas tradicionales y otros canales a lo largo del mes.

II. Análisis del consumo en Andalucía con el siguiente desglose:

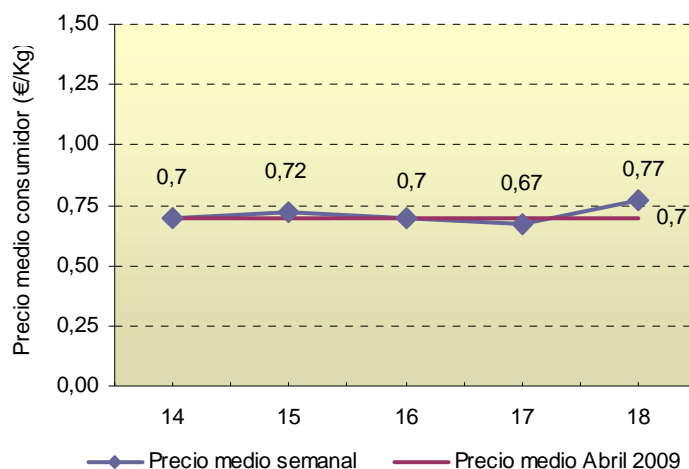
- Análisis del consumo per cápita mensual en Andalucía. Se analiza la evolución mensual de los consumos por producto.
- Análisis del consumo en la presente campaña y durante el mes en curso. Se comparan para el mismo periodo los datos de consumo y consumo acumulado en la campaña actual con los registrados en la pasada campaña.

I. Análisis de los precios al consumo de los principales productos cítricos

I.1. NARANJA

I.1.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo de naranja

Gráfico 1 Evolución semanal de los precios al consumo de la naranja



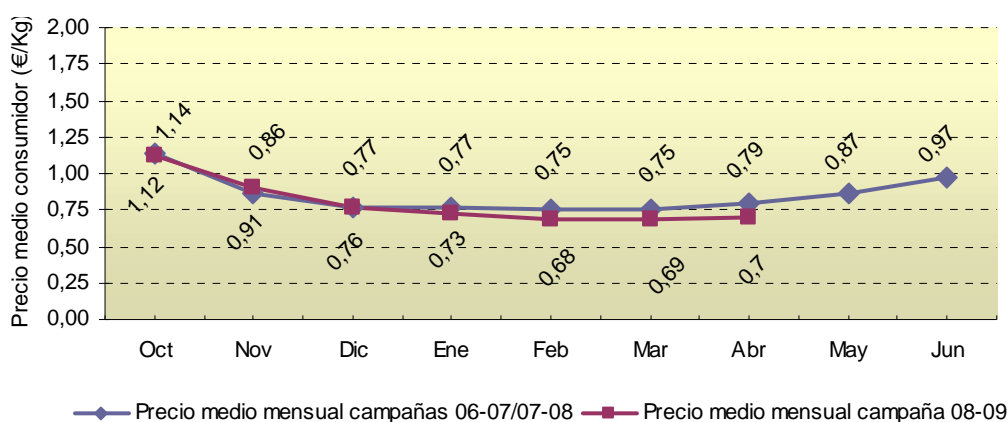
Para el mes de abril podemos realizar varias consideraciones en cuanto al precio de la naranja. En primer lugar la estabilidad durante las primeras semanas con leves fluctuaciones en torno a la media y, en segundo lugar, la subida de la cotización de esta fruta con un alza de un 9% sobre el precio medio, registrado en la última semana del mes.

Este repunte final ha estado propiciado por el inicio de la recolección de las variedades tardías que, por norma, suelen ser algo más apreciadas por los consumidores y alcanzan algo más de precio que las precedentes. Una segunda razón del alza final en el precio ha sido la especial

particularidad de esta campaña, en la que la tónica general ha sido la falta de calibre presentada por la fruta, hecho que en las variedades tardías se ha producido, pero a un nivel inferior que en las variedades de recolección más temprana.

Desde febrero hasta abril, la variación en el precio medio mensual ha sido de un 3% lo que indica un cierto estancamiento en el valor de la naranja. Si comparamos estos datos con los registrados en el mismo periodo de las dos campañas precedentes, vemos que se repite la misma tendencia de estabilidad en el precio, con una salvedad, que la presente campaña la cotización de la naranja se sitúa en niveles entre un 8% y un 11% inferiores a los registrados en las dos campañas precedentes.

Gráfico 2 Evolución mensual de los precios al consumo de la naranja



I.1.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de naranja por formato de venta y canal de distribución

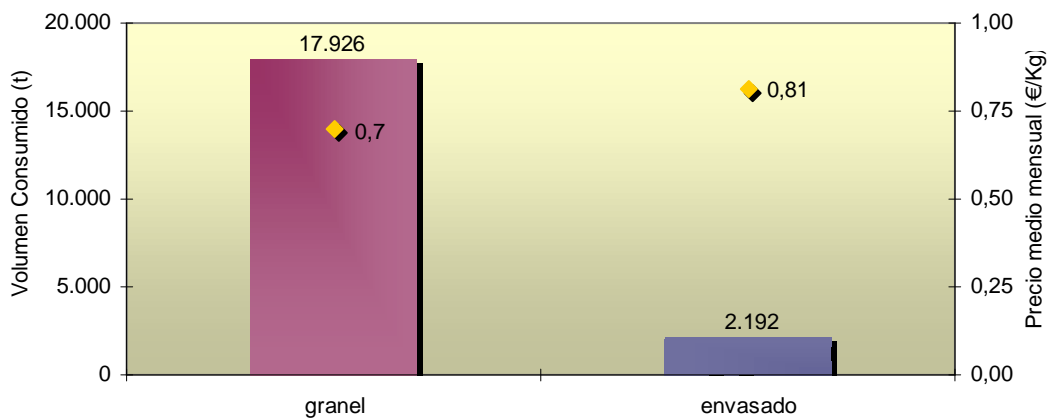
Analizando las diferencias registradas en los diferentes formatos de presentación, tanto a nivel nacional como de nuestra Autonomía, se observa que al consumidor nacional las compras de este cítrico le resultan un 18% más caras que a uno de nuestra comunidad. Si consideramos las presentaciones envasado, las diferencias se diluyen bastante, siendo el precio similar en las dos zonas en estudio.

Tabla 1 Precios medios mensuales al consumo de naranja en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de abril.

Precio medio mensual al consumo de la naranja (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	0,70	0,85
Envasado	0,81	0,82

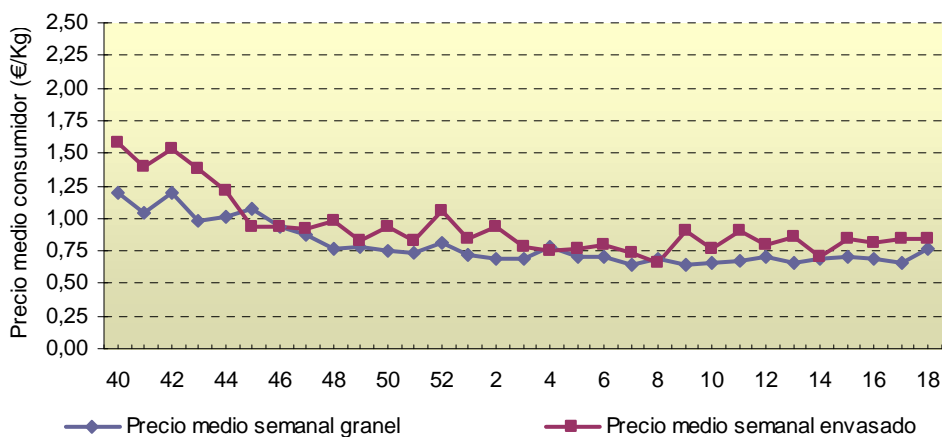
Como ha venido sucediendo desde el inicio de la presente campaña, los consumidores prefieren adquirir sus naranjas a granel en lugar del envase consumidor, así solo 1 de cada 10 kilos de naranjas se han adquirido en presentaciones envasadas. En cuanto al precio medio registrado, observamos que es más barata la naranja a granel que la envasada, concretamente en abril un 14% más económica.

Gráfico 3 Comparativa del precio medio mensual al consumo y del volumen de naranja consumido durante el presente mes en formatos granel y envasado



La evolución semanal del precio durante el primer trimestre del año mantiene la tendencia observada desde inicio de campaña, con un precio más elevado en las presentaciones envasadas que en los formatos a granel. Esta diferencia alcanza su nivel máximo en la semana 9 en la que al consumidor andaluz, adquirir naranjas envasadas le supuso realizar una inversión un 29% mayor que si las comprara en formato a granel.

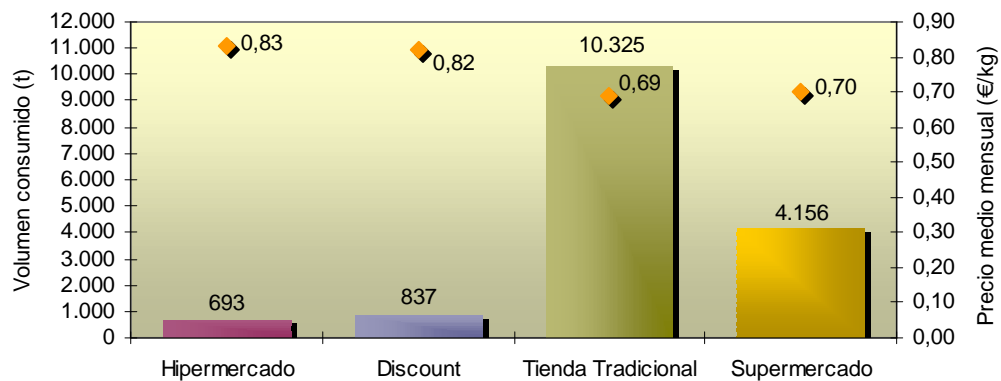
Gráfico 4 Evolución del Precio medio semanal al consumo de la naranja desde el inicio de la campaña 2008/09.



El establecimiento más económico donde los andaluces pueden adquirir sus naranjas ha sido en abril la tienda tradicional, aunque por segundo mes consecutivo, los supermercados han estado prácticamente al mismo nivel que ellas. En los otros dos canales de comercialización considerados el precio de la naranja es muy similar, aunque se sitúa en niveles un 16% superiores que los establecimientos más económicos.

En cuanto al lugar de adquisición, las tiendas tradicionales son las que comercializan la mayor parte de la naranja consumida, pues canalizan el 51% de las ventas. El resto de la naranja comercializada se distribuyen en los supermercados con un 21%, seguidos de las tiendas de discount con un 4% y los hipermercados, donde se distribuye el 3% del total. Para finalizar es importante reseñar que un 21% del total de la naranja comercializada en Andalucía se ha distribuido por otros canales, tales como ventas por internet, mercadillos, compras directas al productor, etc.

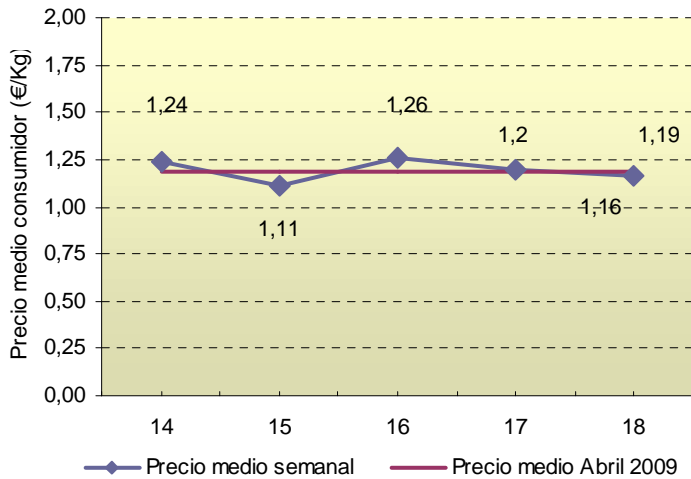
Gráfico 5 Comparativa del precio medio mensual al consumo de naranja y volumen mensual consumido en los distintos canales de distribución.



I.2. MANDARINA

I.2.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo de mandarina

Gráfico 6 Evolución semanal de los precios al consumo de la mandarina

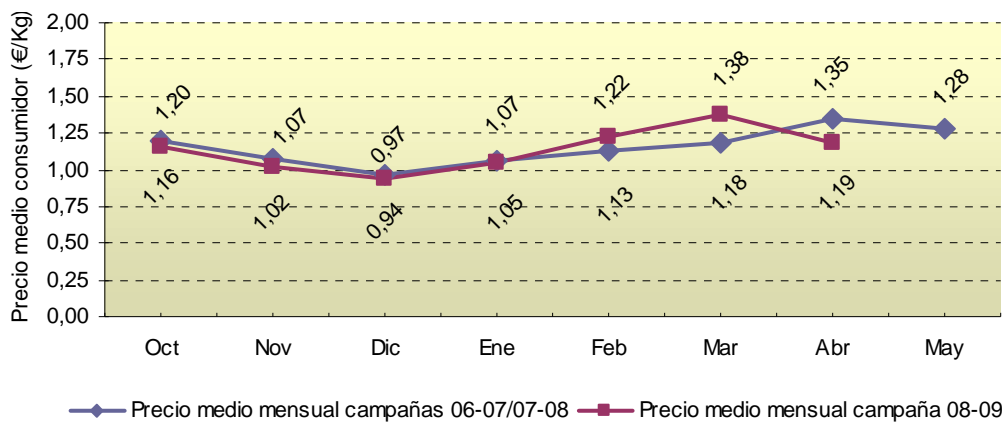


El precio de la mandarina registrado en abril se caracteriza por sus constantes fluctuaciones en torno a la media mensual, con una diferencia entre los valores máximo y mínimo de un 12%.

En relación a marzo, la mandarina registra en abril una caída en la cotización media mensual de un 14%.

Durante el mes de abril merece la pena destacar dos datos importantes en la evolución del precio medio mensual de la mandarina. En primer lugar, se ha invertido la tendencia iniciada desde comienzos del año en el precio medio de este cítrico, registrando en abril una caída en su cotización. El segundo punto a tener en cuenta es que desde inicios del año, su precio medio se ha situado en valores superiores a la media de las dos campañas precedentes, sin embargo, la caída de precio sufrida en abril ha provocado que se sitúe en valores un 12% inferiores a la media de las campañas 06-07/07-08.

Gráfico 7 Evolución mensual de los precios al consumo de la mandarina



I.2.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de mandarina por formato de venta y canal de distribución

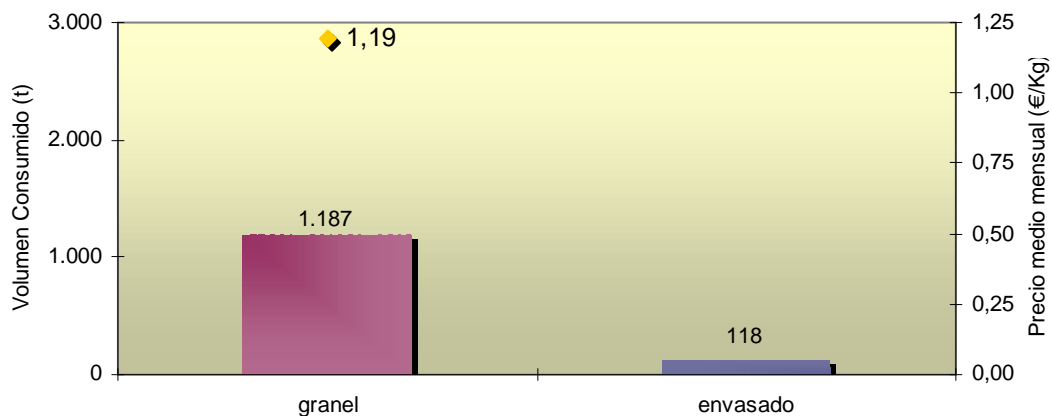
El precio medio mensual al consumo de la mandarina en formato granel en Andalucía durante el mes de abril, ha sido un 20% inferior al registrado a nivel nacional.

Tabla 2 Precios medios mensuales al consumo de mandarina en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de abril.¹

Precio medio mensual al consumo de la mandarina (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	1,19	1,49
Envasado	-	1,43

En abril, los consumidores andaluces adquirieron sus mandarinas de forma mayoritaria en formato a granel, así 9 de cada 10 kilos consumidos en nuestra comunidad se encontraban en este tipo de presentación.

Gráfico 8 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de mandarina en formatos granel y envasado²

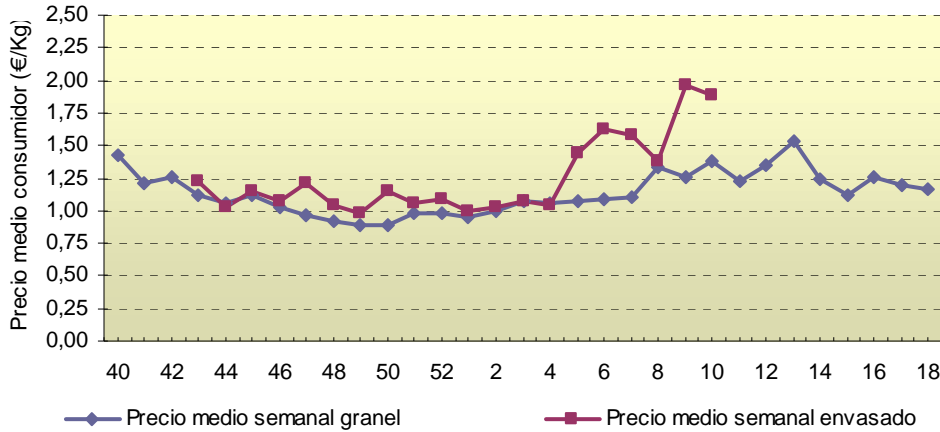


Si se coteja semanalmente la evolución del precio de la mandarina a granel y la envasada, se comprueba que sus precios se han mantenido muy parejos, hasta mediados de campaña en que aumenta considerablemente el precio de la mandarina envasada, alcanzando una diferencia máxima de un 35% en la semana 9.

¹ El dato del Precio medio mensual al consumo de mandarina en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

² El dato del Precio medio mensual al consumo de mandarina en formato de presentación envasado para Andalucía no se presenta al no alcanzar la representatividad estadística mínima requerida.

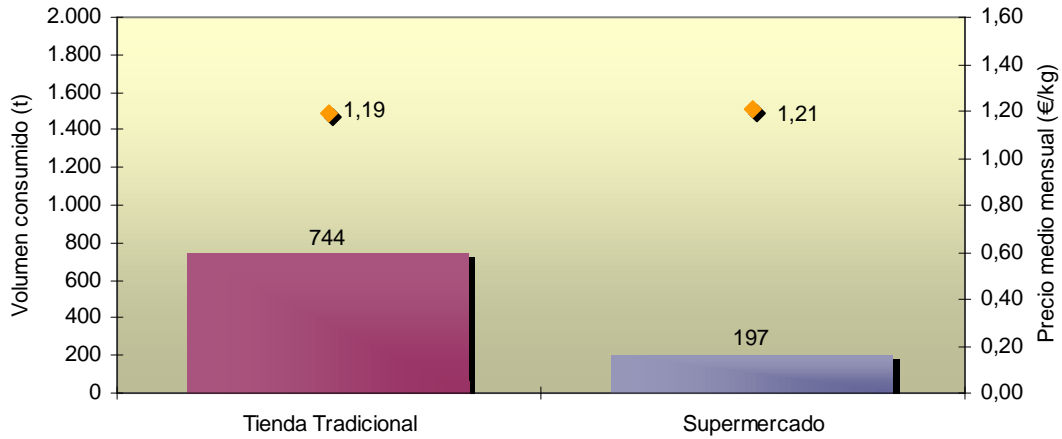
Gráfico 9 Evolución del Precio medio semanal al consumo de la mandarina desde el inicio de la campaña 2008/09.



La tienda tradicional vuelve a ser el establecimiento preferido de los consumidores andaluces para adquirir las mandarinas, con un 57% del volumen total comercializado durante el mes de abril, seguida por los supermercados con un 15% de cuota de mercado. Existe un 28% de ventas de mandarinas que se han efectuado por otros canales, tales como internet, mercadillos, compras directas al productor, etc.

Durante el mes de abril, se produjo una bajada en el precio de las mandarinas en todos los establecimientos considerados. En este sentido, indicar que el mayor descenso se registró en los supermercados, con una rebaja del 36% en su precio, seguido de las tiendas tradicionales, con un 12%. Merece la pena reseñar que la depreciación registrada durante abril en el precio de los supermercados ha permitido su equiparación con el de las tiendas tradicionales.

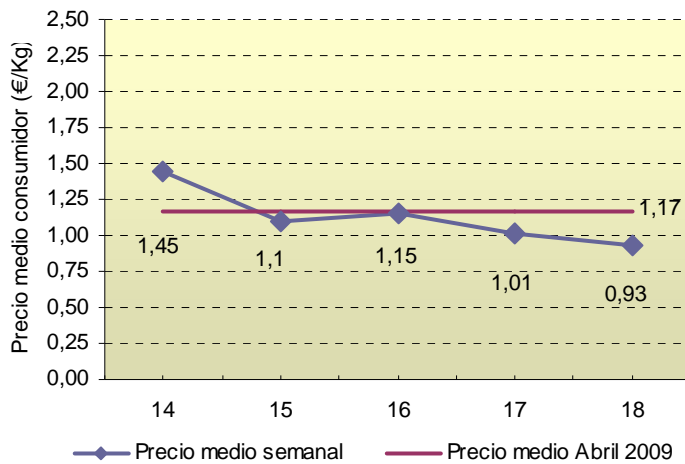
Gráfico 10 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de mandarina en los distintos canales de distribución.³



I.3. LIMÓN

I.3.1 Evolución semanal y mensual de los precios al consumo del limón

Gráfico 11 Evolución semanal de los precios al consumo del limón

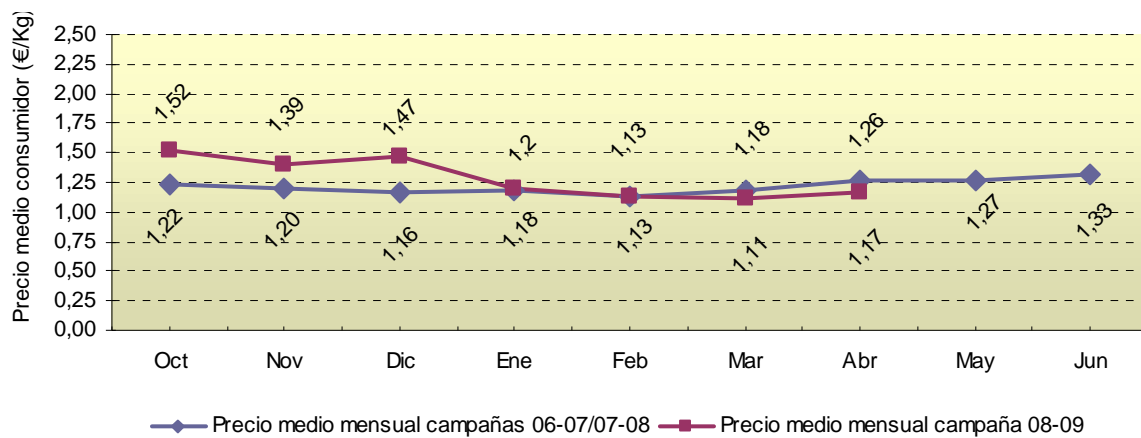


La principal característica de la evolución semanal del precio del limón durante el mes de abril, es la pérdida continuada de su valor, situándolo a final de mes en registros un 36% inferiores que a comienzos del mismo. A pesar de la evolución semanal descendente, si comparamos el precio medio de abril con el registrado el mes anterior, se observa un incremento en la cotización del limón de un 5%.

Por segundo mes consecutivo, el precio medio mensual del limón se sitúa en valores inferiores al valor medio de las dos campañas precedentes. Esta diferencia se cifra en más del 7%, lo que supone un punto más que la diferencia existente en el mes de marzo.

³ Los datos del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de naranja en el hipermercado y en las tiendas de discount no se presentan al no alcanzar la mínima representatividad estadística.

Gráfico 12 Evolución mensual de los precios al consumo del limón



I.3.2 Comparativa precio medio mensual al consumo de limón por formato de venta y canal de distribución

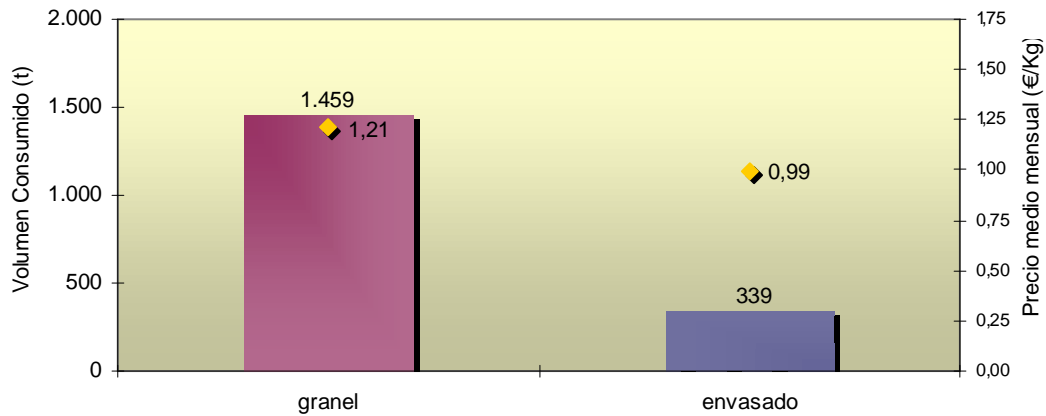
Los consumidores de limón han podido realizar sus compras a un precio más económico en Andalucía que en el resto de España, tanto en presentaciones a granel como envasadas. Concretando, el limón a granel a nivel nacional es un 4% más caro que en Andalucía y, en formato envasado, la diferencia aumenta hasta superar el 13%.

Tabla 3 Precios medios mensuales al consumo de limón en Andalucía y España para los formatos granel y envasado durante el mes de abril.

Precio medio mensual al consumo del limón (€/kg)		
	Andalucía	España
Granel	1,21	1,26
Envasado	0,99	1,14

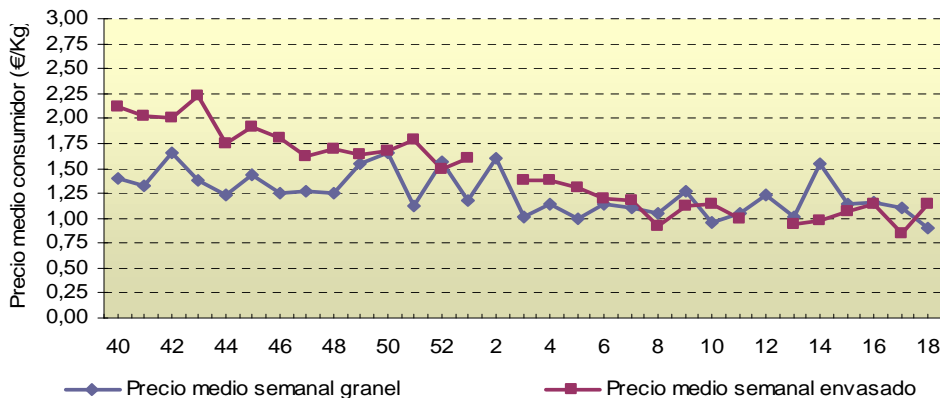
Los consumidores andaluces se decantan a favor del consumo de limón a granel a la hora de realizar sus compras, pues más del 81% de las ventas de esta fruta se realizaron durante abril en este tipo de presentación. En cuanto al precio de compra, se ha producido una situación peculiar, pues las presentaciones a granel han experimentado un ascenso de más de un 7% en el precio con respecto al mes anterior y, sin embargo, en presentaciones envasadas se ha dado la situación inversa, descendiendo el precio un 3% este mes con respecto al anterior.

Gráfico 13 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de limón en formatos granel y envasado.



La tendencia clara en la evolución del precio semanal para el formato envasado es la de descenso continuado en el precio a lo largo de la campaña alcanzando el valor mínimo en las semanas finales del mes de abril. Sin embargo, el comportamiento de las cotizaciones del limón a granel, presenta un claro perfil en zig-zag, cuyas oscilaciones destacan especialmente en los meses de diciembre y enero.

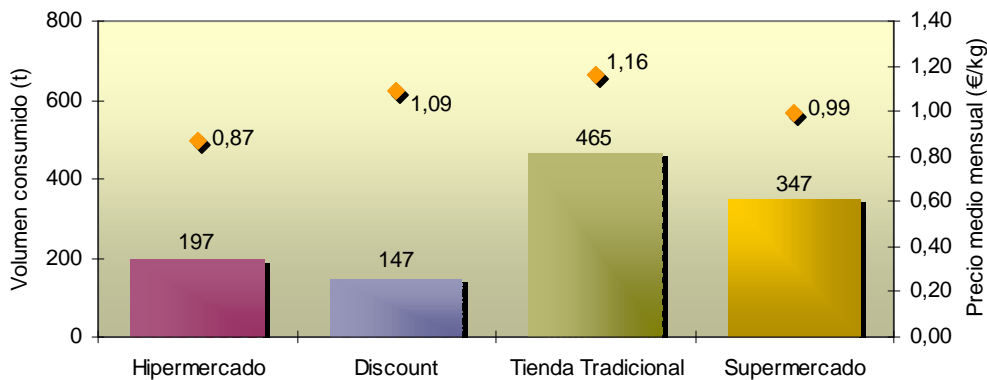
Gráfico 14 Evolución del Precio medio semanal al consumo del limón desde el inicio de la campaña 2008/09.



El dato más destacable es el incremento de ventas en todos los canales de comercialización con respecto al mes de marzo. Los hipermercados han sido los que mayor subida han experimentado, pues han aumentado sus ventas un 66%, seguidos por los supermercados con un 43%, las tiendas de discount con un 37% y, en las que menor incremento se ha registrado, han sido las tiendas tradicionales con un 6%. Si consideramos el nivel de ventas, las que canalizan un mayor porcentaje de esta fruta son las tiendas tradicionales, con un 26% del total, a continuación se encuentran los supermercados (19%), los hipermercados (11%) y tiendas de discount (8%). Existe un 36% de ventas de limón que se han efectuado por otros canales, tales como internet, mercadillos, compras directas al productor, etc.

En cuanto a los precios, no ha existido unanimidad en el comportamiento de los mismos según el canal de comercialización si se establece la comparación con el mes anterior, pues han existido establecimientos en los que el precio aumentó (un 3% en las tiendas tradicionales), algunos en los que se mantuvo igual (supermercados y tiendas de discount) y otros que abarataron su precio (un 7% en los hipermercados).

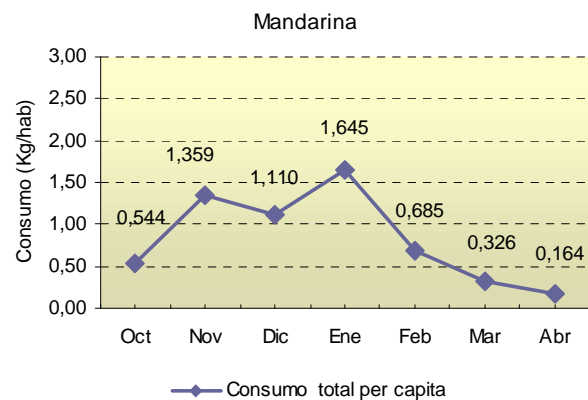
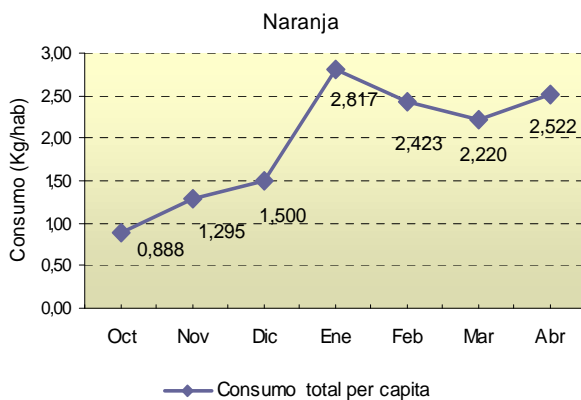
Gráfico 15 Comparativa del precio medio mensual al consumo y volumen consumido mensual de limón en los distintos canales de distribución.

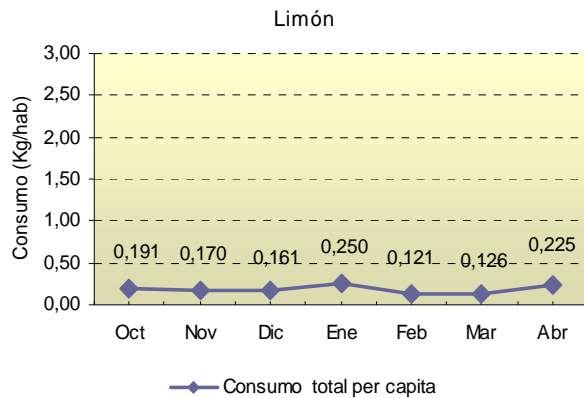


II. Análisis del consumo en Andalucía

II.1. Evolución mensual del consumo per cápita en Andalucía.

La mandarina ha sido el único cítrico en el que ha disminuido el consumo per cápita durante el mes de abril, siguiendo la tendencia registrada desde inicios del año. Esta disminución de casi el 50% contrasta con las subidas experimentadas en naranja y limón, con un incremento del 12% y el 44% respectivamente.





En abril, la naranja repite como el cítrico preferido por los consumidores andaluces, situándose el consumo per capita en valores superiores al 86%, mientras que la mandarina y el limón se conforman con un 6% y un 8% del total respectivamente.

Tabla 4 Ranking por producto del consumo per cápita mensual en Andalucía durante el mes de abril.

	Producto	Consumo (Kg/per cápita)
1º	Naranja	2,522
2º	Mandarina	0,164
3º	Limón	0,225

II.2. Análisis del consumo acumulado en la presente campaña y durante el mes de abril

En el período considerado, el único cítrico en el que aumentó su consumo fue el limón, con un incremento de un 12%. Para las otras dos frutas consideradas, su consumo descendió un 2% en la naranja y un 43% en la mandarina.

Al contrario de lo sucedido con el consumo, en que el limón se mantiene en valores superiores a los registrados el mismo mes de la campaña 08-09, el consumo acumulado para esta fruta desde inicios de campaña hasta el mes en estudio se sitúa en valores inferiores a los registrados la campaña precedente, existiendo un déficit de consumo de más del 8%. Para naranja y mandarina el consumo acumulado para este periodo continúa un mes más siendo superior que la campaña precedente, diferencia que se establece entre el 3% y el 5% respectivamente.

Tabla 5 Consumo cítricos en Andalucía en el mes de abril de 2009 y 2008.

	Naranja	Mandarina	Limón
Consumo Abril 2009 (toneladas)	20.118	1.305	1.799
Consumo Abril 2008 (toneladas)	20.526	2.289	1.587
% variación Consumo 2009 respecto al Consumo 2008	▼-2%	▼-43%	▲12%

Gráfico 16 Comparativa del volumen consumido de cítricos en Andalucía en el mes de abril de 2009 y 2008

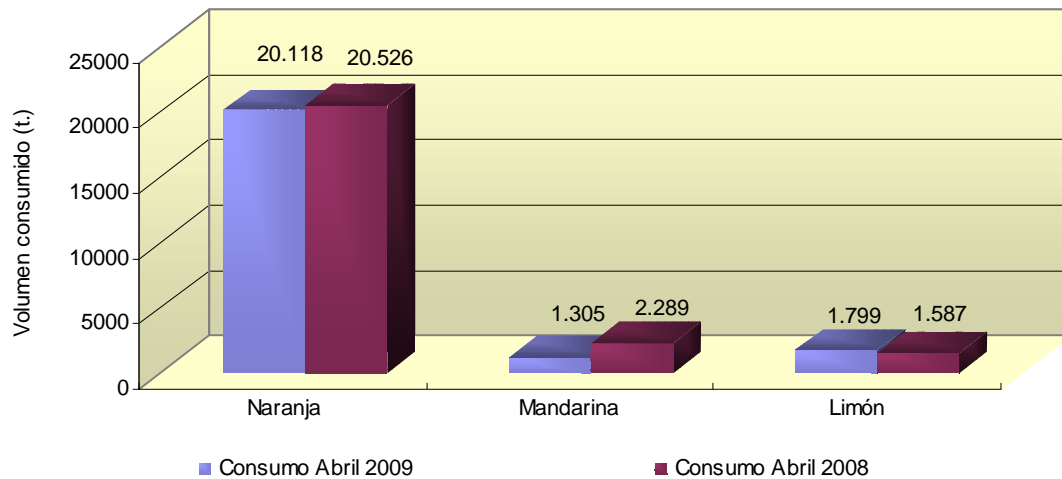


Gráfico 17 Comparativa del volumen consumido acumulado de cítricos en Andalucía hasta el mes de abril de 2009 y 2008

